

Pelatihan Bahasa Inggris dan Digital Marketing dalam Rangka Peningkatan Pariwisata dan Ekonomi Kreatif Sumber Daya Nagari Unggan

Nurul Inayah Hutasuhut^{1*}, Agusti Efi², Reska Mayefis^{3*}, Febri Silvia⁴, Rizal Arifin Lubis⁵, Violintikha Harmawan⁶

^{1,2,3,4,6}Universitas Negeri Padang, Jl. Prof. Dr. Hamkah, Air Tawar Barat, Kota Padang, Sumatera Barat

⁵Kementerian Sosial Republik Indonesia, Jl. Salemba Raya No.28 5, Kota Jakarta Pusat, DKI Jakarta

E-mail: inayahutasuhut@fpp.unp.ac.id

* Corresponding Author

 <https://doi.org/10.31004/jerkin.v4i1.2846>

ARTICLE INFO

Article history

Received: 20 August 2025

Revised: 30 August 2025

Accepted: 22 September 2025

Kata Kunci:

Pelatihan, Bahasa Inggris, Digital Marketing, Unggan

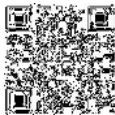
Keywords:

Training, English Language, Digital Marketing, Unggan

ABSTRACT

Nagari Unggan, Kabupaten Sijunjung dijuluki sebagai Kampung Tenun. Perajinnya adalah kaum perempuan, karenanya kerajinan tenun akhirnya menjadi peluang ekonomi spesifik di nagari Unggan. Namun terdapat permasalahan yang membuat tenun Unggan belum terlalu dikenal. Unggan memiliki pemandu wisata. Namun faktanya, pemandu wisata dinilai kurang memiliki kemampuan komunikasi dengan wisatawan asing. Sedangkan, komunikasi menjadi kunci terpenting dalam memperkenalkan kerajinan tenun. Selain itu, pemasaran kerajinan tenun juga belum maksimal karena jarak dan sulitnya akses keluar Nagari. Sebagai solusi, dibutuhkan pelatihan terkait peningkatan kemampuan Bahasa Inggris dan Digital Marketing bagi masyarakat Nagari Unggan. Pelatihan dilakukan melalui diskusi, ceramah, praktek langsung dengan demonstrasi dan pendampingan pembuatan akun serta akun digital marketing. Kegiatan dimulai dengan persiapan, pelaksanaan, dan diakhiri dengan evaluasi. Efektivitas kegiatan tersebut terlihat dari hasil pemahaman peserta sebelum dan sesudah pelatihan yang menunjukkan adanya perbedaan signifikan dengan nilai signifikansi kedua pelatihan adalah 0,00. Komitmen yang kuat dari pemerintah diharapkan dapat mempercepat pertumbuhan ekonomi kreatif di Unggan.

Nagari Unggan, located in Sijunjung Regency, is known as the "Weaving Village." The craft of weaving, predominantly undertaken by women, has become a specific economic opportunity for the community. However, several challenges hinder the recognition of Unggan's weaving craft. Although Unggan has tour guides, their ability to communicate effectively with foreign tourists is considered insufficient. This is significant because communication is a key factor in promoting the weaving craft. Additionally, the marketing of the weaving products remains suboptimal due to the distance and difficult access to areas outside Nagari. To address these issues, training programs focusing on enhancing English language proficiency and digital marketing skills for the residents of Nagari Unggan are proposed as solutions. These activities involve discussions, lectures, and hands-on field practices, including demonstrations on creating digital accounts and websites. The program follows a structured approach comprising preparation, implementation, and evaluation phases to ensure sustainability. The effectiveness of the program is evident from the participants' improved understanding before and after the training, with a significant difference indicated by a significance value of 0.00 for both training sessions. Strong commitment from the local government is expected to accelerate the growth of the creative economy in Unggan.



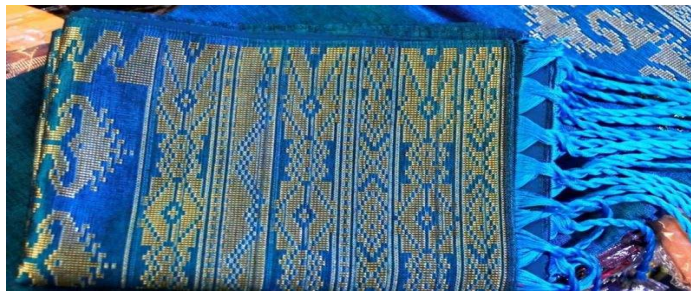
This is an open access article under the CC-BY-SA license.

How to Cite: Nurul Inayah Hutasuhut, et al (2025). Pelatihan Bahasa Inggris dan Digital Marketing dalam Rangka Peningkatan Pariwisata dan Ekonomi Kreatif Sumber Daya Nagari Unggan, 4 (1) 6561-6566. <https://doi.org/10.31004/jerkin.v4i1.2846>

PENDAHULUAN

Pasca pandemi Covid-19, kebangkitan industri pariwisata Indonesia semakin membaik, dan akses pariwisata bagi banyak pemangku kepentingan pariwisata telah pulih. Sumatera Barat merupakan salah satu provinsi di Indonesia yang kaya akan sumber daya pariwisata, dan menjadi salah satu destinasi wisata yang menarik perhatian tidak hanya dalam negeri namun juga internasional [1], [2].

Hasil Survei Badan Pusat Data dan Statistik (BPS) Sumbar: Jumlah kunjungan wisman ke Sumbar melalui Bandar Udara Internasional Minangkabau (BIM) di Kabupaten Padang Pariaman meningkat sebesar 0,78 persen pada Januari 2023. Jumlah tersebut bertambah 24 orang pada bulan Januari -Februari 2023 sebanyak 3.595 wisatawan asing mengunjungi negara tersebut menggunakan bandara tersebut. Minangkabau Internasional (BIM) pada Februari 2023. Jumlah wisatawan tersebut meningkat dibandingkan Januari 2023 yang berkunjung sebanyak 2.881 orang. Jumlah wisatawan mancanegara yang masuk ke Sumbar pada tahun 2023 mencapai 6.476 orang pada bulan Januari dan Februari, lebih tinggi dibandingkan jumlah wisatawan mancanegara yang masuk ke Sumbar sepanjang tahun 2022 yang berjumlah 4.142 orang [3].



Gambar 1. Tenun Nagari Unggan

Salah satu daya tarik wisata di provinsi Sumatera Barat yang berpotensi mengundang wisatawan asing adalah kerajinan tenun. Banyak wilayah di Sumatera Barat menjadi daerah penghasil tenun. Salah satunya adalah Nagari Unggan, Kecamatan Sumpur Kudus, Kabupaten Sijunjung. Selain dikenal sebagai daerah yang pandai memainkan alat musik talempong, Nagari Unggan juga memiliki nilai tambah di sektor lain. Salah satunya Nagari Unggan dijuluki sebagai Kampung Tenun. Nagari Unggan memiliki sebuah Gedung sentra kerajinan Tenun yang dibangun dengan dana bantuan Kementerian Perdagangan Perindustrian (Kemenperin) RI tahun 2017 silam.

Di Unggan, setiap rumah senantiasa mengoperasikan alat tenunnya. Perajinnya adalah kaum perempuan. Seiring waktu kerajinan tenun akhirnya menjadi peluang ekonomi spesifik di nagari Unggan. Perempuan Unggan memiliki kemampuan menghidupi kehidupannya sendiri dan memberikan kontribusi bagi masyarakat. Perempuan Unggan adalah para perempuan aktif dan berdikari sebagai individu, dan anggota masyarakat [4].

Nagari Unggan berada di Kecamatan Sumpur Kudus, Kabupaten Sijunjung, Provinsi Sumatra Barat. Luas Nagari: 209,32 kilometer persegi, atau 36,38 persen dari luas wilayah Kecamatan Sumpur Kudus Nagari Unggan berpenduduk 2899 jiwa (2018) terdiri dari 1448 laki-laki dan 1451 perempuan. Nagari Unggan terdiri dari 5 jorong, yakni: Koto Unggan, Unggan Bukik, Taratak Aro, Lubuak Batapuak, Unggan. Lokasi wilayah ini dapat dilihat sebagai berikut:

Wilayah Nagari Unggan terletak di sebelah barat kabupaten Sijunjung, kecamatan Sumpur Kudus. Unggan merupakan wilayah terpencil, bahkan dapat dikatakan sebagai salah satu daerah tertinggal. Oleh karena itu, masyarakat sekitar kawasan tersebut adalah masyarakat pedesaan tradisional yang masih minim dengan teknologi dan kualitas sumber daya manusia yang belum kompeten. Keterbatasan wawasan dan teknologi menjadi penghambat kemajuan wisata dan perdagangan tenun di nagari Unggan. Hasil keterampilan tenun Unggan menjadi daya tarik untuk kunjungan wisatawan. Namun pengetahuan mengenai budaya yang berbeda (*different culture*) masih kurang, terbatasnya kemampuan berbahasa Inggris dalam berkomunikasi khususnya bahasa Inggris bagi mereka yang berkecimpung di bidang pariwisata dan industri kreatif di daerah tersebut, dan pengembangan desa wisata mempunyai peranan yang penting. Tentu saja hal ini disebabkan oleh rendahnya kualitas sumber daya yang ada. Saat ini keterlibatan masyarakat dalam pengembangan wisata sangatlah penting dalam sektor pariwisata [5].

Hal tersebut menjadi penghambat untuk dikenalnya tenun secara luas sebagai salah satu daya tarik wisata Unggan. Selain itu minimnya pengetahuan masyarakat Unggan mengenai pemasaran digital menjadi permasalahan lain yang harus diatasi. Kegiatan menenun songket di Nagari Unggan sudah menjadi alternatif bagi kaum perempuan untuk menambah penghasilan ekonomi keluarga. Dalam satu minggu, setiap pengrajin mampu memproduksi dua lembar songket. Namun, sistem pemasaran tenun asal Unggan ini masih sangat terbatas. Para pengrajin tenun masih memasarkan hasil tenun secara konvensional ke wilayah Bukit Tinggi atau Payakumbuh. Karena minimnya pengetahuan masyarakat tentang pemasaran digital, menyebabkan pemasaran kain tenun tidak mencakup wilayah yang luas dan tenun Unggan belum dikenal di mancanegara. Berdasarkan analisis permasalahan tersebut, maka tim pengabdian Universitas Negeri Pengabdian akan melakukan pengabdian kepada masyarakat Unggan melalui “Pelatihan Bahasa Inggris dan Digital Marketing dalam Rangka Peningkatan Pariwisata dan Ekonomi Kreatif Sumber Daya Nagari Unggan, Kecamatan Sumpur Kudus, Kabupaten Sijunjung”.

METODE

Program pengabdian kepada masyarakat ini dilakukan dengan beberapa tahapan, yang terdiri dari sosialisasi dan persiapan, pelatihan, penerapan teknologi, pendampingan dan evaluasi, serta keberlanjutan program.

Pada tahap sosialisasi dan persiapan, tim bersama dengan mitra yaitu pemerintah dan masyarakat nagari Unggan Melakukan pemetaan dan analisis bersama terhadap perlunya solusi atas permasalahan yang muncul, terutama perlunya pemahaman lintas budaya dan kemampuan berbahasa Inggris bagi pelaku pariwisata dan ekonomi kreatif, khususnya pengrajin tenun di Nagari Unggan.

Pada tahap pelaksanaan pelatihan pertama berupa pengetahuan dasar terkait cross cultural understanding dan pelatihan Bahasa Inggris, kemudian yang selanjutnya adalah pelatihan digital marketing bagi pelaku wisata dan ekonomi kreatif, khususnya pengrajin tenun di Nagari Unggan. Narasumber Pakar sumber daya menggunakan dua metode untuk mentransfer pengetahuan mereka. Pertama adalah pemaparan materi dan yang kedua adalah praktek langsung di lapangan.

Pelaksanaan penerapan teknologi dan pendampingan pada kedua pelatihan, tim pengabdian memanfaatkan teknologi Artificial Intelligence. Diantaranya penggunaan Chat GPT sebagai penunjang pelatihan berbahasa Inggris dan Marketing Analytic dalam proses pelatihan digital marketing [6]. Selain itu, masyarakat juga didampingi dalam pembuatan akun e-commerce hingga mengelola dan mengoperasikan akun tersebut.

Evaluasi dan keberlanjutan program dilakukan dengan mengevaluasi hasil praktek sebagai bahan untuk perbaikan diri di masa selanjutnya dan untuk melihat keberhasilan program, apakah sudah sesuai dengan rencana atau jurstru belum terlaksana. Dalam tahap tersebut dimulai dengan mengetahui pengetahuan awal dari pelaku wisata melalui pretest di awal pelatihan dan posttest diakhir untuk melihat perkembangan dari hasil pelatihan.

Sebagai evaluasi program kedepannya, diharapkan program pendampingan serupa dapat terus dilanjutkan setelah program berakhir. Tim pengabdian dan mitra berkolaborasi untuk mengevaluasi hasil pelatihan dan mendorong perbaikan di masa depan untuk membantu mitra menyelesaikan masalah. Oleh karena itu, keberlanjutan dapat memberikan manfaat bagi para mitra pada umumnya dan para pelaku pariwisata dan industri kreatif di nagari Unggan.

HASIL DAN PEMBAHASAN

Pengabdian kepada masyarakat telah dilaksanakan secara efektif, dibuktikan dengan hasil pre-test dan post-test kegiatan serta mendapat respon positif dari masyarakat dan pemerintah nagari Unggan. Seperti yang telah dijelaskan sebelumnya, kegiatan ini dilaksanakan dalam beberapa tahap dan meliputi pelatihan dan pendampingan langsung serta dukungan terhadap seluruh kelompok yang menjadi sasaran kegiatan.

Tahap Persiapan

Kegiatan ini dilaksanakan di Kantor wali nagari Unggan, untuk mendiskusikan terkait waktu pelaksanaan kegiatan pelatihan yang akan dilakukan serta menentukan partisipan yang akan berpartisipasi dalam kegiatan pelatihan. Pada tahap ini, pihak pemerintah dan warga nagari Unggan

memberikan respon yang sangat positif dan menyambut baik rencana pelatihan yang akan dilaksanakan. Pada pertemuan ini dibicarakan tentang pemahaman Bahasa Inggris yang dimiliki warga. Serta kendala yang dihadapi untuk melakukan pemasaran usaha. Tim juga meminta warga yang melakukan pelaku usaha untuk menyiapkan nama website atau akun digital marketing serta konten-konten yang akan dimasukkan dalam website atau akun digital marketing.



Gambar 2. FGD dengan pihak Nagari Unggan terkait pelaksanaan pengabdian

Tahap Pelaksanaan

Kegiatan ini dilaksanakan pada tanggal 12-13 September 2024 bertempat di Aula Kantor Wali Nagari Unggan yang diikuti oleh 20 pelaku usaha kreatif yang merupakan hasil diskusi bersama pemerintah Nagari Unggan pada saat sosialisasi dan persiapan di awal. Pemilihan tersebut dilakukan atas pertimbangan perkembangan usahanya saat ini dan sudah saatnya mereka mengembangkan usahanya melalui perluasan target pasar melalui digital marketing. Kegiatan pelatihan ini diberikan oleh tim pengabdian UNP yaitu Nurul Inayah Hutasuhut, M.Hum yang memberikan materi mengenai pelatihan Bahasa Inggris. Dan ibu Reska Mayefis, M.Pd selaku narasumber digital marketing, serta bapak Rizal Arifin Lubis, M.Si sebagai narasumber kedua. Kegiatan ini terbagi dalam dua sesi, dimana sesi pertama terkait materi pelatihan Bahasa Inggris yang meliputi, Bahasa Inggris dasar yang digunakan untuk komunikasi sehari-hari dalam penjualan, pembuatan iklan dan slogan dengan Bahasa Inggris untuk menarik minat pasar Internasional. Sesi selanjutnya memberikan materi digital marketing meliputi pengertian digital marketing, manfaat, ruang lingkup, elemen penting yang harus dipahami dalam digital marketing, tips persiapan memulai digital marketing.

Seluruh rangkaian kegiatan pelatihan ini didukung penuh oleh Pemerintah Nagari Unggan sebagai mitra. Hal ini memberikan informasi mengenai situasi umum dan permasalahan yang dihadapi oleh para pelaku ekonomi industri kreatif di nagari Unggan dalam keikutsertaannya dari tahap persiapan, serta sebagai dukungan moral dan motivasi bagi para pelaku industri kreatif untuk berpartisipasi dalam kegiatan tersebut.

Peserta pelatihan menunjukkan antusiasme yang besar. Dukungan lebih lanjut juga ditunjukkan melalui penyediaan fasilitas kegiatan pelatihan bahasa Inggris dan pemasaran digital, termasuk seluruh perlengkapan selama kegiatan. Keseriusan para mitra yang didukung oleh Koordinator Industri Kreatif nagari Unggan, terlihat dari dukungan dan kehadirannya dalam rangkaian kegiatan pengabdian.

Kami berharap segala kerja dan dukungan ini dapat mempercepat perkembangan usaha di bidang pariwisata dan ekonomi kreatif di daerah Unggan. Namun terdapat beberapa kendala dalam kegiatan ini, khususnya kurangnya daya tanggap para peserta dalam kegiatan pelatihan dan sosialisasi. Saat kami mulai mengisi konten pemasaran digital dan pembuatan profil, kami menemukan bahwa para peserta pelatihan sangat lamban dalam merespons dan banyak yang tidak siap dengan foto atau informasi produk detail untuk diunggah ke akun pemasaran digital mereka.

Hal ini dikarenakan kesibukan para peserta, dan juga pelatihan terhambat oleh kemampuan mereka dalam menggunakan perangkat teknologi seperti telepon seluler, dan telepon seluler yang dimiliki. Hal tersebut menjadi factor penghambat kemampuan atau kualitas dalam membuat akun digital. Selain itu, jaringan internet yang sulit juga menjadi kendala saat pelatihan.

Namun permasalahan tersebut dapat teratasi dengan bantuan tim PKM. Hambatan yang dihadapi para peserta pelatihan dalam beradaptasi dengan penggunaan AI dan akun pemasaran digital dapat diatasi. Keterbatasan sumber daya menyebabkan kurangnya infrastruktur digital, seperti akses terhadap

konektivitas internet dan ketersediaan perangkat keras dan perangkat lunak yang andal untuk menggunakan teknologi digital.

Tantangan-tantangan ini mendominasi keputusan para peserta menggunakan pemasaran digital, namun kendala utama terkait dengan kurangnya pengetahuan dan keterampilan digital, yang diatasi melalui kegiatan pengabdian ini. Rangkaian kegiatan pengabdian terangkum dalam sebuah video yang diunggah ke laman YouTube https://youtu.be/YzhRwp_4uoU?si=2NrW-2yb6U9QPyy7.

A. Evaluasi

Evaluasi dilakukan dengan memberikan tes yang terdiri dari 20 soal kepada seluruh peserta. Setiap peserta diminta menjawab pertanyaan yang telah disiapkan sebelum pelatihan dimulai, dan di akhir pelatihan, setelah dilakukan diskusi dan tanya jawab, seluruh peserta diminta untuk menjawab pertanyaan yang sama kembali. Keefektifan rangkaian kegiatan pelatihan dapat dibuktikan melalui respon pre-test dan post-test yang menunjukkan perbedaan yang signifikan. Metode analisis efektivitas kegiatan ini menggunakan teknik post hoc yang tersedia bagi seluruh peserta pelatihan.

Pelatihan Bahasa Inggris

Tabel 1. Hasil Rata Rata

		Mean	N	Std. Deviation	Std. Error Mean
Pair 1	Sebelum Pelatihan	55.80	20	7.046	1.575
	Setelah Pelatihan	82.40	20	5.335	1.193

Melalui uji rata-rata hipotesis (uji-t) yang membandingkan tingkat pemahaman materi pelatihan bahasa Inggris sebelum dan sesudah mengikuti pelatihan menunjukkan rata-rata skor pelatihan pada saat pre-test adalah 58,40 dan rata-rata skor setelah tes adalah 82,40.

Tabel 2. T Test

		Paired Differences				T	df	Sig. (2-tailed)	
		Mean	Std. Deviation	Std. Error Mean	95% Confidence Interval of the Difference				
					Lower				Upper
Pair 1	Pretest-Post Test	26.600	6.747	1.509	-29.757	-23.443	17.633	19	.000

Dari data di atas, hasil uji Paired Sample T Test menunjukkan angka signifikan antara nilai pretest dan post-test dengan nilai signifikansi (2-tailed) $p = 0,00 < 0,05$. Nol Hipotesis (H_0) pada penelitian ini ditolak dan hipotesis alternatif (H_a) diterima dimana terdapat perbedaan yang mencolok antar kemampuan Peserta sebelum dan sesudah diberikan pelatihan Bahasa Inggris

Pelatihan Digital Marketing

Tabel 3. Hasil Rata Rata

		Mean	N	Std. Deviation	Std. Error Mean
Pair 1	Sebelum Pelatihan	57.00	20	6.341	1.418
	Setelah Pelatihan	79.80	20	6.049	1.353

Melalui uji rata-rata hipotesis (uji-t) yang membandingkan pemahaman materi pelatihan digital marketing sebelum dan sesudah mengikuti pelatihan menunjukkan bahwa rata-rata skor pelatihan pada saat pre-test adalah 57,00 dan rata-rata skor setelah tes adalah 79.80.

Tabel 4. T. Test

		Paired Differences				t	Df	Sig. (2-tailed)	
		Mean	Std. Deviation	Std. Error Mean	95% Confidence Interval of the Difference				
					Lower				Upper
Pretest-Post Test		22.800	6.787	1.518	-25.976	-19.624	15.024	19	.000

Dari data di atas, hasil uji Paired Sample T Test menunjukkan angka signifikan antara nilai pretest dan post-test dengan nilai signifikansi (2-tailed) $p = 0,00 < 0,05$. Nol Hipotesis (H_0) pada penelitian ini ditolak dan hipotesis alternatif (H_a) diterima dimana terdapat perbedaan yang mencolok antar kemampuan Peserta sebelum dan sesudah diberikan pelatihan digital marketing.

SIMPULAN

Kegiatan pelatihan bahasa Inggris dan digital marketing dalam peningkatan pariwisata dan ekonomi kreatif sdm nagari Unggan, Kecamatan Sumpur Kudus, Sijunjung telah berhasil meningkatkan pemahaman para pelaku wisata dan ekonomi kreatif untuk mengembangkan bisnis mitra melalui bahasa Inggris dan pemasaran digital. Seperti yang ditunjukkan pada hasil, ditemukan perbedaan yang signifikan dalam literasi Bahasa Inggris dan digital marketing sebelum dan sesudah pelatihan untuk seluruh peserta dari kedua pelatihan tersebut dengan nilai T-Value $(0,00) < 0,05$. Materi yang disampaikan oleh narasumber berupa Bahasa Inggris praktis dan komunikasi pemasaran serta pemahaman pemasaran digital, pembuatan konten digital. Rencana pengembangan kegiatan pengabdian ke depan bertujuan untuk mendukung pengembangan usaha ekonomi kreatif, khususnya pengusaha tenun dan memperkuat posisinya dalam persaingan bisnis melalui kegiatan pelatihan branding dan copywriting. Sehingga, para pelaku industri kreatif di Nagari Unggan dapat memperoleh keunggulan kompetitif dalam persaingan bisnis media digital melalui produk-produk unik yang membedakannya dengan pesaingnya. Dan dengan kemampuan berbahasa Inggris yang meningkat, para pelaku usaha Unggan diharapkan mampu memasarkan usahanya di pasar nasional dan Internasional.

UCAPAN TERIMAKASIH

Terlaksananya kegiatan ini tidak terlepas dari bantuan berbagai pihak. Ucapan terimakasih diucapkan kepada Lembaga Penelitian dan Pengabdian kepada Masyarakat (LPPM) Universitas Negeri Padang (UNP) yang telah memberikan kesempatan kami sebagai tim pengabdian di tahun anggaran 2024. Selain itu, ucapan terimakasih juga disampaikan kepada Pemerintah Nagari Unggan, Kecamatan Sumpur Kudus, Kabupaten Sijunjung, Provinsi Sumatera Barat yang telah memberi kesempatan untuk melaksanakan pengabdian dan dengan masyarakat desa, dan juga ucapan terimakasih kepada masyarakat Nagari Unggan yang telah berpartisipasi dalam kegiatan pengabdian sehingga kegiatan pengabdian dapat berjalan lancar.

REFERENSI

- Ferniza, "Antara Potensi dan Kendala Dalam Pengembangan Pariwisata di Sumatera Barat," J. Pembang. Wil. Kota, vol. 13, no. 1, pp. 56–66, 2017.
- L. Arliman S, "Peran Investasi dalam Kebijakan Pembangunan Ekonomi Bidang Pariwisata di Provinsi Sumatera Barat," Kanun J. Ilmu Huk., vol. 20, no. 2, pp. 273– 294, 2018, doi: 10.24815/kanun.v20i2.10081.
- Marh F, Junchu Y, Kasman S, Hr H. Becoming Unggan Women: Subjectivity And Individuality. Ekspresi Seni J Ilmu Pengetah Dan Karya Seni. 2022 Mar 27;24(1):12.
- S. Menggo, Y. R. Su, and R. A. Taopan, "Pelatihan Bahasa Inggris Pariwisata Di Desa Wisata Meler," J. Widya Laksana, vol. 11, no. 1, p. 85, 2022, doi: 10.23887/jwl.v11i1.34908.
- D. Kartika, I. Irma, and T. Immerry, "Pendampingan Mitra Wisata Air Terjun Lubuk Nyarai Untuk Meningkatkan Identitas dalam Bidang Hospitality Berstandarkan Internasional," Int. J. Community Serv. Learn., vol. 6, no. 3, pp. 279–285, 2022, doi: 10.23887/ijcsl.v6i3.49385.
- Iriance, "Bahasa Inggris Sebagai Bahasa Lingua Franca dan Posisi Kemampuan Bahasa Inggris Masyarakat Indonesia Diantara Anggota MEA," Pros. Ind. Res. Work. Natl. Semin., vol. 9, no. 0, pp. 776–783, 2018, [Online]. Available: <https://jurnal.polban.ac.id/index.php/proceeding/article/view/1149/944>
- M. A. Mis, "Lingua franca di sarawak: Aplikasi teori pilihan bahasa," GEMA Online J. Lang. Stud., vol. 10, no. 2, pp. 97–116, 2010.
- Iacobucci D, Petrescu M, Krishen A, Bendixen M. The state of marketing analytics in research and practice. J Mark Anal. 2019 Sep;7(3):152–81.